

NOME: Vítor Perna Jerónimo Marques

MESTRADO EM: Comunicação Social, na vertente de Comunicação Estratégica

ORIENTADOR: Professora Doutora Maria João Cunha

DATA: 30 de Setembro de 2015

TÍTULO DA TESE: A representação da masculinidade na publicidade da imprensa masculina

Esta dissertação focou-se em perceber como é representada a masculinidade na publicidade da imprensa masculina, na actualidade, através da caracterização da representação da imagem masculina e da compreensão do impacto destas mesmas representações na construção da imagem masculina.

Após a formulação de objectivos e a definição de hipóteses foram construídos guiões de análise para a obtenção de dados quantitativos provenientes dos anúncios publicitários e editoriais de moda das publicações *Dsection* e *Vogue Hommes*. Foram efectuadas 16 entrevistas semi-estruturadas exclusivamente a indivíduos do sexo masculino, explorando a influência deste meio de comunicação na imagem dos leitores.

A principal conclusão deste estudo foi que efectivamente as imagens mediáticas se traduziam numa forma de influência nos leitores de revistas de *lifestyle* masculinas, levando-os a repensar a sua imagem e opções de consumo em prol destas representações, que não dispõem de uma tipologia de masculinidade homogénea nas publicações, mas sim de várias formas de masculinidade concorrentes.

Palavras Chave: masculinidade; imagem; imprensa; publicidade; consumo